

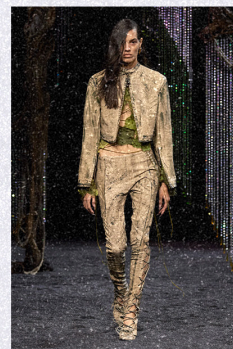
¿Cómo nace una tendencia? Siempre se discute sobre quién es el verdadero creador, si los diseñadores, los forecasters, las celebridades, las revistas o TikTok, pero hay un personaje indispensable del que poco se habla y mucho tiene que ver.

Fit is EVERYTHING!

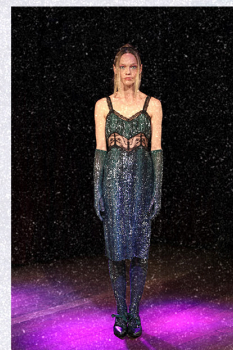
CORTESIA/IMAXTREE/GETTY IMAGES.

CORTESIA/IMAXTREE/GETTY IMAGES.

RUNWAY
STYLING



ACNE STUDIOS



ANNA SUI



ALTUZARRA



VIVIENNE WESTWOOD BY ANDREA KRONTHALER

IT'S ALL IN THE DETAILS

En muchas ocasiones, los runway stylist tienen voz y voto en el diseño de las piezas, para asegurarse de que haya coherencia entre todos los looks.

El renacimiento de las mini UGG tras usarlas Bella Hadid, la consumación del quiet luxury por el vestuario de Succession o la fiebre por los anillos childish hace un par de años, gracias a una foto de Dua Lipa. En la era de lo instagrameable, hemos visto cómo una tendencia puede volver del exilio al centro del radar en segundos, gracias a una sola imagen: una calculada foto de paparazzi, un look en la última pasarela o un momento de red carpet inolvidable. Pero, ¿cuál es la verdadera razón por la que usamos lo que usamos? Más bien, ¿quién es el responsable? La respuesta sencilla serían las celebridades, a quienes se les atribuyen siempre los headliners de todos los medios. Pero hay un personaje más en esta historia al que no se le da el suficiente crédito y son los stylists. Comúnmente asociados con las apariciones de nuestras celebridades, este oficio está totalmente relacionado con el origen de las tendencias, ya que están involucrados en todos los pasos de la cadena creativa de la moda. Piensa en un fashion show: ¿los looks fueron diseñados en su totalidad o después unidos pieza por pieza de forma coherente y atractiva? La segunda es la correcta. Y la manera en la que te enamoras de una pieza en el website de una tienda es por la forma en la que está combinada (que incluso te hace terminar comprando todo el atuendo). Los outfits que quieres recrear de la serie de moda del momento, el conjunto de portada de una revista o de Hailey Bieber, cuando sale en los pants más stylish a comprar su licuado de Erewhon. Desde un par de décadas atrás, los estilistas han ejercido un silencioso pero inmesurable poder sobre el mercado, la forma en la que se consume una tendencia y cómo algo se define valioso para nuestra atención o no tanto. Aunque existe una cantidad irracional de tendencias vigentes actualmente (muchas de décadas atrás), la forma en la que se decide quién vive y quién muere, depende en su gran mayoría de lo que un stylist decida ponerle a su cliente para dirigir la atención hacia donde él está viendo potencial de ser deseable. Pero, ¿dónde ha quedado el estilo personal? Desde que la sección de comentarios se convirtió en un foro de discusión sobre los perks and flaws de los looks de red carpet, las celebridades empezaron a preocuparse más y más por su imagen personal, convirtiendo a lo stylists en una necesidad tan relevante como un manager o un PR. En la actualidad, no basta con ser buen actor, se espera que también haya nacido con un gusto exquisito y talento para volverse un ícono de moda (o al menos aparentarlo con la ayuda de alguien). Ya no hay Lady Gagas en vestidos de carne o Björks de cisne, solo un “qué marca da más”, para que sus diseños de la última temporada consigan mayor exposición. La moda se ha transformado en una extensión de la estrategia de mercadotecnia de una personalidad, una forma sencilla y viral de atraer atención a su carrera profesional. Pero más allá del lado comercial del styling, hay un par de creativos que aún creen en hacer arte y contar historias a través de la moda, amplificando la conversación sobre la inclusividad en la industria.

QUIEN HACE LA IMAGEN ES IGUAL DE RELEVANTE QUE LO QUE TRANSMITE LA MISMA, ASÍ QUE ES IMPORTANTE SER REFLEXIVOS SOBRE LOS ESTÁNDARES QUE SE IMPONEN.



ELEVATE
YOUR STYLE
NOW!



UNBOTHERED!

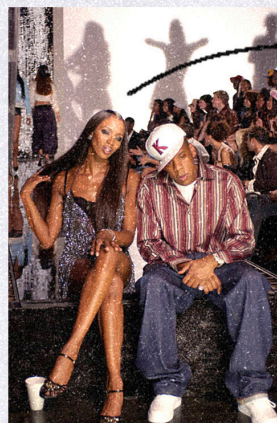
JUNE AMBROSE

Cuando un video musical se queda rent free en nuestra mente, mucho trata de la música y la narrativa, pero la fórmula ideal para lograr un clip verdaderamente memorable siempre incluye a un gran stylist. Si aún recuerdas el video de "Supafly", de Missy Elliott, en un jumpsuit de piel que se inflaba, entonces June Ambrose hizo su trabajo muy bien. Conocida por su innovador trabajo en la industria musical, marcó la década de los 90 en el hip hop, trabajando con artistas como Notorious B.I.G., Busta Rhymes, Mariah Carey y Jay-Z. De hecho, este último se convirtió en su inseparable estrella desde 1999. En sus inicios, el trabajo de un stylist no era tan reconocido y se criticaba de ser sólo un juego de disfraces, pero June siempre fue clara en su postura: "El impacto en la música urbana fue mucho más poderoso que simplemente disfrazarse. Cambió todo y les dio a los artistas una nueva superpotencia y confianza. Abrió puertas que eran inimaginables y los sentó en las primeras filas de París y Milán y en la portada de las revistas de Alta Costura". Los looks que usaban los raperos amplificaban la narrativa poética que buscaban transmitir en sus canciones y empezó a conectar dos industrias que no siempre estuvieron entrelazadas como hoy en día. Pero June no quería ser encasillada en un solo oficio en la moda, quería ser conocida por más que sólo combinar diseños ya existentes. "Fashion from scratch...", tomó un lápiz y empezó a diseñar para Puma, asumiendo el cargo de directora creativa en 2021. Su colección debut representó el regreso de la marca a NYFW, pero más allá de que fuera un desfile, se encargó de hacerlo todo un espectáculo: "Cuando empecé a planearlo estaba obsesionada con la esgrima. Creo que es uno de esos deportes que no reciben suficiente atención. Nunca lo he practicado pero siempre estoy buscando deportes que pueda sacar de contexto y ponerlos de moda para crear diseños innovadores". ¿Cuál es la clave de su éxito y cómo se mantiene tan relevante años después? "Escucho a los de 16 y a los de 20. Cuando me preguntan esto siempre pienso en qué haría una versión más joven de mí y recuerdo que siempre me comporté como un niño de seis años. Siempre buscaba respuestas y hacía muchas preguntas. Todavía tengo preguntas y aún me desafío a mí misma, así que siempre tienes que ser curioso, no quiero perder esos nervios que vienen con la incertidumbre de hacer algo nuevo".

"LAS PERSONAS DE COLOR SOMOS NATURALMENTE EXPRESIVAS: ES EL SWAG. ME PARECIÓ NATURAL UNIR EL HIP HOP CON LA ALTA COSTURA PORQUE CREO QUE LA IDEA DE TODO LO MAJESTUOSO, CARO Y BRILLANTE ES TODO LO QUE MERECEMOS".



P U M A



NAOMI

Leather Blowup suit



SUPAFLY

BLACK IS KING



HOVA

CORTESIA/IMAXTREE/GETTY IMAGES.

CORTESIA/IMAXTREE/GETTY IMAGES.

CARLOS NAZARIO

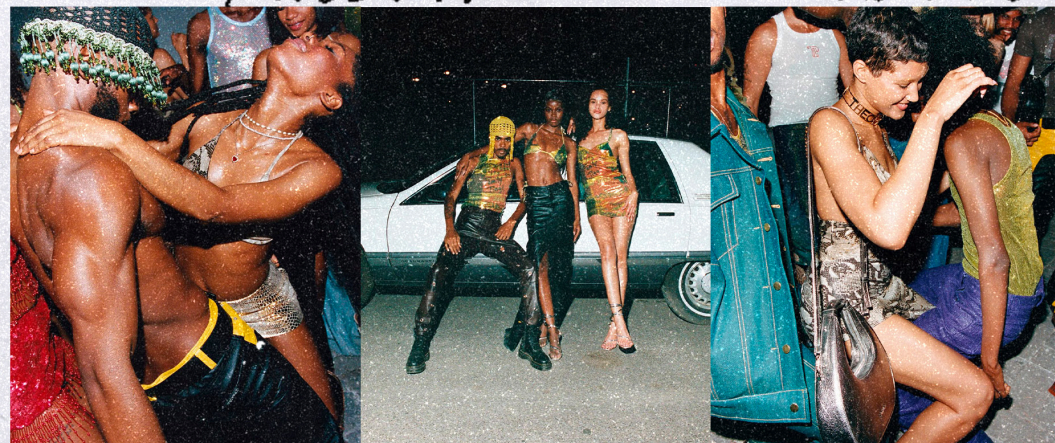
"Un niño puertorriqueño de Nueva York sin vínculos con la industria se va a vivir a Europa y se deja abrazar por este mundo enrarecido de la Alta Costura y el glamour", podría ser su bio de Instagram, pero de ninguna forma resume la enorme trayectoria que ha logrado en la industria. Dos semanas en la universidad fueron suficientes para que se diera cuenta que si quería aprender, pero bajo sus propios términos, así que tomó una maleta y escapó a París. Con 20 años se mudó a Londres para trabajar en la revista Love, vistiendo a los cantantes de rock más prometedores de la época y al poco tiempo logró una pasantía con el stylist Joe McKenna. Fue aquí donde aprendió su filosofía de trabajo vigente: "Impulsar e inspirar siempre al equipo que te rodea, a que alcance el máximo nivel", teniendo siempre en mente que al levantar a tu comunidad asciendes tú. Tomando esto como punto de partida, Nazario empezó a trabajar con fotógrafos, modelos y hairstylists latinos que representarían todo lo que él era, para así despegar a las estrellas. Con clientes

como Lizzo, Kim Kardashian, Naomi Campbell y Alexandria Ocasio-Cortez, su influencia en la moda actual es imposible de negar, pero nada se compara con la satisfacción que tuvo cuando lo invitaron a vestir a 100 mujeres para la portada de una renombrada revista y dentro de ellas incluyó a Efna, su abuela y mejor cliente hasta el momento. Es exactamente a ella a quien le debe toda esta carrera en la moda, desde que empezó a verla cada mañana dedicar un riguroso cuidado de su imagen, haciéndose la ceja y peinando su peluca para salir a trabajar. Gracias a ella desarrolló un gran sentido de la estética, que hoy lo lleva a crear narrativas artísticas que amplifican el mensaje que las marcas buscan proyectar, siempre con perfiles inclusivos para dejar atrás el mito de que la industria le pertenece sólo a cierto color de piel. Hoy, su trabajo va mucho más allá de vestir personas, también asesora campañas y desfiles para marcas como Lanvin, Burberry o John Elliott, sin olvidar que es el director de moda de i-D Magazine.

Fashion Week 23

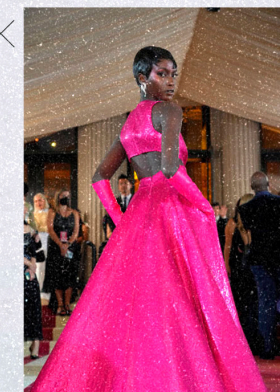


THEOPHILIO SS23 CAMPAIGN



NICHE

Su nombre se ha convertido en la "primera vez" de gran parte de la historia de la cultura afro-americana en la moda de Estados Unidos. El primer stylist en poner Alta Costura en una portada, en fotografiarla e incluir modelos de la comunidad.



"Too much time on captions, not enough time on action"